



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon

**ANALISIS SOP (STANDARD OPERATING PROCEDURE)
MARKETING PLAN DAN IMPLEMENTASINYA PADA PERUSAHAAN
MULTI LEVEL MARKETING SYARIAH
DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM
(STUDI KASUS DISTRIBUTOR TIENS KOTA CIERBON)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Jurusan Hukum dan Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam**



Disusun Oleh :

TOMMY ADHAM

NIM. 14122211058

**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

2017 M / 1438 H



ABSTRAK

TOMMY ADHAM. 14122211058. ANALISIS SOP (*STANDARD OPERATING PROCEDURE*) *MARKETING PLAN* DAN IMPLEMENTASINYA PADA PERUSAHAAN *MULTI LEVEL MARKETING* SYARIAH PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DISTRIBUTOR TIENS KOTA CIREBON). SKRIPSI. 2017.

Saat ini perkembangan Unit Usaha Syariah di Indonesia sedang mengalami kemajuan, hal ini dibuktikan dengan banyaknya institusi yang bergerak dalam sektor keuangan seperti Bank Syariah, Koperasi Syariah ataupun yang bergerak di bidang lain seperti MLM Syariah. Setiap institusi memiliki *Standard Operating Procedure Marketing Plan* yang berbeda, termasuk di perusahaan MLM Tiens. Karena standar operasional prosedur merupakan panduan yang digunakan untuk memastikan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar. Penggunaan standar operasional prosedur dalam organisasi juga bertujuan untuk memastikan organisasi beroperasi secara konsisten, efektif, efisien, sistematis, dan terkelola dengan baik, untuk menghasilkan produk yang memiliki mutu konsisten sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui SOP *Marketing Plan* dari perusahaan MLM Syariah Tiens perspektif hukum ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hal ini dimaksudkan agar penelitian ini memberikan gambaran atau penjelasan yang tepat dan objektif. Pengumpulan informasi data diperoleh melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi pada lokasi penelitian, kemudian dianalisis menggunakan teknik triangulasi yaitu mereduksi data, mendisplay data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian ini adalah prinsip ekonomi syariah di dalam Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah berlandaskan pada Alqur'an, Hadits, dan kaidah Fiqh serta ijtihad Majelis Ulama Indonesia.

Marketing plan yang dilakukan distributor Tiens Kota Cirebon sudah sesuai dengan standar operasional prosedur perusahaan.

Implementasi dari standar operasional prosedur distributor Tiens Kota Cirebon belum sepenuhnya memenuhi Fatwa Dewan Syariah Nasional di dalam Pedoman Penjualan Langsung berjenjang Syariah karena acara seremonial yang diadakan Tiens dalam merayakan hari jadi perusahaan terdapat sesuatu yang dilarang seperti khamr, anggur, dan alkohol.

Kata Kunci: *Multi Level Marketing Syariah, Standar Operasional Prosedur, Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.*



ABSTRACT

TOMMY ADHAM. 14122211058. AN ANALYSIS OF SOP (STANDARD OPERATING PROCEDURE) MARKETING PLAN AND IMPLEMENTATION ON MULTI-LEVEL MARKETING COMPANY SHARIA LAW ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE (A CASE STUDY OF THE CITY OF CIREBON TIENS DISTRIBUTOR). RESEARCH. 2017.

Currently the development of Syariah Business Unit in Indonesia are experiencing progress, this is proven by the large number of institutions operating in the financial sector such as Islamic banks, Islamic Co-operative or engaged in other fields such as Islamic MLM. Each institution has a SOP (Standard Operating Procedure) for a different Marketing Plan, including MLM company Tiens. Because the SOP is the guide that is used to verify the operational activities of the organization or company is running smoothly. The use of SOP in the organization also aims to ensure that the organization is operating consistently, effectively, efficiently, systematically, and well-managed, to produce a product that has a consistent quality in accordance with the standards that have been set. Therefore, this research aims to know the SOP Marketing Plan from the Syariah MLM company law perspective of Islamic economy Tiens.

This research uses qualitative descriptive method with this type of case study research. This research was intended to give description or explanation of the precise and objective. Information collection of data obtained through observation, interview and documentation study on the location of research, then analyzed with the use of deductive mind-set, which aims to explain the information directly related to problems discovered in the object of study and analyze these problems with various theories relating to that problem.

The results of this research are the principles of syariah economy in direct selling Multi-level Shariah Guidelines based on the Qur'an, Hadith, and Fiqh rules as well as the Assembly of scholars ijtihad Indonesia.

Marketing plan committed distributor Tiens Cirebon City already in accordance with company SOP.

Implementation of SOP Cirebon City Tiens distributors not yet fully meet the Shariah Board Fatwa National Guidelines in direct selling multi-level Sharia because ceremonial event held in Tiens celebrate so there are companies forbidden like wine, wine, and alcohol.

Keyword: *Sharia Multi Level Marketing, Operational Procedures, Standard Guidelines Direct Selling Multi-level Sharia.*



خلاصة

تمي ادم. ٨٥٠١١٢٢٢١٤١-تحليل خطة التسويق سوب (إجراءات التشغيل الموحدة) وتنفيذ في شركة تسويق متعدد المستويات الشريعة القانون الإسلامي المنظور الاقتصادي (دراسة حالة مدينة سيريبون تيان الموزع). أطروحة. ٧١٠٢

حاليا تطوير "وحدة الأعمال الشرعية" في إندونيسيا تشهد تقدما، وهذا هو ثبت من قبل عدد كبير من المؤسسات العاملة في القطاع المالي مثل البنوك الإسلامية، "الإسلامي التعاوني" أو تعمل في مجالات أخرى مثل "الامتيازات والرهون البحرية الإسلامية". كل مؤسسة لها من "إجراءات التشغيل الموحدة خطة التسويق"، بما في ذلك شركات الامتيازات والرهون البحرية مختلفة تيان. نظراً للإجراءات التشغيلية الموحدة دليل المستخدمة لضمان الأنشطة التنفيذية للمنظمة أو الشركة بسلاسة. استخدام الإجراءات التشغيلية القياسية في المنظمة تهدف أيضا إلى ضمان أن المنظمة تعمل دائما، فعالية وكفاءة، بانتظام، وإدارة جيدة، لإنتاج منتج يحتوي جودة متناسقة وفقا للمعايير التي تم تحديدها. ولذلك، يهدف هذا البحث إلى معرفة "خطة سوب التسويق" من منظور القانون شركة الامتيازات والرهون البحرية الشريعة الإسلامية الاقتصاد تيان.

يستخدم هذا البحث الأسلوب الوصفي النوعي مع هذا النوع من البحوث دراسة الحالة. هذا البحث يهدف إلى إعطاء وصف أو شرح للدقيق والهدف. جمع المعلومات من البيانات التي تم الحصول عليها من خلال الملاحظة والمقابلة والوثائق دراسة عن موقع البحث، ثم تحليلها باستخدام تقنيات التثليث، إلا وهي الحد البيانات، وعرض البيانات، والتحقق من البيانات.

نتائج هذه البحوث هي مبادئ الاقتصاد الشرعي في مباشرة بيع متعددة "المستويات الشريعة المبادئ التوجيهية" استناداً إلى قواعد القرآن والحديث، والفقه، فضلا عن جمعية العلماء الاجتهاد إندونيسيا.

التسويق موزع ملتزمة خطة مدينة سيريبون تيان وفقا لإجراءات التشغيل الموحدة للشركة.

تنفيذ إجراء العمليات القياسية من الموزعين "تيان مدينة سيريبون" ليس بعد بالكامل تلبية "الشريعة مجلس الفتوى الوطني المبادئ التوجيهية" في الشريعة متعددة المستويات البيع المباشر للاحتفال احتفالي عقد في تيان حتى تكون هناك شركات المحرمة مثل النبيذ، والنبيذ، والمشروبات الكحولية.

الكلمات الرئيسية: متعدد المستوى التسويق، والإجراءات التشغيلية، والمبادئ التوجيهية. الموحدة للبيع المباشر الشريعة متعددة المستويات.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul **“Analisis SOP (standard operating procedure) Marketing Plan dan Implementasinya Pada Perusahaan Multi Level Marketing Syariah Dalam Perspektif Kukum Ekonomi Islam (Studi Kasus Distributor Tiens Kota Cirebon)”** oleh **Tommy Adham NIM. 141122211058** telah di ajukan dalam sidang munaqosyah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 27 Februari 2017 skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana program strata satu pada Jurusan Hukum dan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 27 Februari 2017

Sidang Munaqosyah



Ketua,

H. Juju Jumena, MH
NIP. 19720514 200312 1 003

Sekretaris,

Eef Saefullah, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Anggota

Penguji I

H. Didi Sukardi, MH
NIP. 19691226 200912 1 001

Penguji II

Nursyamsudin, MA
NIP. 19710816 200312 1 002



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
 2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
ملخص.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN.....	v
NOTA DINAS.....	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO HIDUP	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR DIAGRAM	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
TRANSLITERASI ARAB – LATIN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Penelitian Terdahulu	9
F. Kerangka Pemikiran.....	13
G. Metode Penelitian.....	15
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 22
A. Pengertian Muamalah dan Fiqh Muamalah	22
B. Prinsip-prinsip Muamalah.....	23
C. Pengertian MLM	32
D. Pengertian MLM Syariah	35
E. Fatwa MUI Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah	36
F. <i>Standard Operating Procedure (SOP)</i>	50
 BAB III <i>SOP MARKETING PLAN TIENS</i>	 52
A. Gambaran Umum TIENS.....	52



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Profil Perusahaan TIENS.....	52
2. Kontribusi Perusahaan	54
3. TIENS Indonesia	56
4. Produk TIENS	57
B. SOP MARKETING PLAN TIENS	63
1. <i>Marketing Plan</i>	63
2. Bonus TIENS	67
C. Penjelasan Istilah MLM TIENS.....	74
D. Prinsip Jual Beli Ekonomi Syariah.....	75
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 78
A. Prinsip Ekonomi Syariah dalam Fatwa DSN MUI Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.....	 78
1. Pertimbangan Dewan Syariah Nasional	78
2. Ditinjau dari Nash Al-Qur'an	79
3. Ditinjau Dari Hadits.....	80
4. Ditinjau Dari Kaidah Fiqh	80
B. Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.....	81
C. Implementasi SOP <i>Marketing Plan</i> Tiens Distributor Kota Cirebon	 82
1. Bergabung menjadi anggota Tiens	82
2. Menghadiri pelatihan.....	83
3. Menjual produk.....	83
4. Sponsorship	83
5. Komisi atau Bonus.....	84
D. Implementasi SOP <i>Marketing Plan</i> Tiens Perspektif DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah	 84
1. Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa	 85
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan	86



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Transaksi dalam perdagangan.....	88
4. Tidak ada kenaikan harga	89
5. Komisi yang diberikan.....	90
6. Bonus yang diberikan	92
7. Tidak boleh ada komisi secara pasif	92
8. Pemberian komisi tidak menimbulkan <i>ighra</i>	93
9. Tidak ada eksploitasi	94
10. Sistem perekrutan keanggotaan	95
11. Mitra usaha wajib melakukan pembinaan	96
12. Tidak melakukan <i>money game</i>	97
BAB V PENUTUP	98
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN	102



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dunia usaha sekarang ini sudah sedemikian ketatnya. Bagi para pengelola ataupun para penanggung jawab perusahaan, hal ini tentu tidak boleh dipandang sebelah mata. Secara umum harus disadari sepenuhnya bahwa mereka wajib berusaha ekstra keras, agar perusahaan yang menjadi tanggung jawabnya selalu muncul sebagai pemenang dalam setiap persaingan usaha. Karena wujud dari persaingan usaha yang timbul cenderung semakin tidak bersahabat dari waktu ke waktu.

Berdasarkan latar belakang di atas, salah satu langkah dalam upaya memenangkan persaingan usaha, diantaranya dengan penerapan SOP¹ (*Standard Operating Procedure*) pada setiap unit kerja yang ada di dalam perusahaan. Dengan menerapkan SOP, efisiensi dari setiap unit kerja perusahaan tersebut akan dapat ditingkatkan secara signifikan, baik dari segi waktu, proses kerja, tenaga kerja, maupun biaya operasional. Dampaknya, perusahaan akan jauh lebih mampu bersaing bila dibandingkan dengan perusahaan lain.²

Demikian halnya dalam dunia MLM³ (*Multi Level Marketing*), pelaksanaan SOP merupakan tugas yang wajib dilaksanakan guna mencapai tujuan perusahaan. Salah satu bidang yang memainkan peran menonjol dalam permainan dunia bisnis adalah bidang pemasaran. Pemasaran merupakan bagian penting dalam manajemen perusahaan dalam memperkenalkan produk guna merebut pangsa pasar. Media pemasaran suatu produkpun beragam jenis

¹ Penulisan SOP (Standard Operating Procedure) dipersingkat menjadi SOP pada paragraf berikutnya.

² Budihardjo, "*panduan praktis menyusun SOP Standard Operating Procedure*", (Jakarta : Raih Asa Sukses, 2014) hlm. 6

³ Penulisan MLM (Multi Level Marketing) dipersingkat menjadi MLM pada paragraf berikutnya.

dan metodenya, dari yang bersifat konvensional baku seperti promosi dan periklanan sampai dengan yang modern fenomenal seperti TV *shopping* dan MLM.

Namun dari beberapa model pemasaran di atas, yang banyak dan sering menjadi berita menarik serta menjadi pembicaraan umum, baik positif maupun negatif adalah model pemasaran MLM. *Multilevel Marketing* atau yang terkadang juga disebut dengan *Networking Selling* (jaringan penjualan) atau *direct selling* (penjualan langsung) adalah bentuk pemasaran suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang dilakukan secara perorangan atau berkelompok yang membentuk jaringan secara berjenjang, lalu dari hasil penjualan pribadi dan jaringan tersebut, setiap bulannya perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi sebagai hasil usahanya.⁴

MLM merupakan sebuah sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Singkatnya, bahwa MLM adalah suatu konsep penyaluran (distribusi) barang berupa produk dan jasa tertentu, yang memberi kesempatan kepada para konsumen untuk turut terlibat sebagai penjual dan memperoleh keuntungan di dalam garis kemitraannya.⁵

Belakangan ini semakin banyak perusahaan-perusahaan yang menjual produknya dengan cara penjualan langsung atau melalui sistem MLM. Oleh karena itu, perlu kita kaji bagaimana hukumnya menurut syariat Islam. Perlu diketahui bahwasannya banyak perusahaan yang berkedok MLM namun dalam prakteknya terdapat *money game* yang jelas-jelas hanya menguntungkan segelintir orang yang lebih dulu bergabung. Selain itu, jika calon anggota mendaftar ke perusahaan MLM dengan membayar uang tertentu, dengan ketentuan dia harus membeli produk perusahaan baik untuk dijual lagi atau tidak dengan ketentuan yang telah ditetapkan untuk bisa mendapatkan point

⁴ Peter J. Cloither, *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing : Pedoman Praktis Menuju Networking Selling yang Sukses*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm. 10

⁵ Agustino, *Prospek MLM Syari'ah di Indonesia*, Republika, (Jakarta : 15 Februari, 2002), hlm. 9



atau bonus. Apabila tidak bisa mencapai target tersebut maka keanggotaannya akan dicabut dan uangnya pun hangus. Skema seperti ini diharamkan karena mengandung unsur *gharar* yang sangat jelas dan kezhalimanterhadapanggota.Jika calon anggota mendaftar dengan membayar uang tertentu, tapi tidak ada keharusan untuk membeli atau menjual produk perusahaan, dia hanya berkewajiban mencari anggota baru dengan cara seperti di atas, yakni membayar uang pendaftaran. Semakin banyak anggota maka akan semakin banyak bonusnya. Ini merupakan salah satu transaksi berbasis riba karena menaruh uang diperusahaan tersebut kemudian mendapatkan hasil yang lebih banyak semacam *money game*.⁶

Di indonesia ada beberapa perusahaan yang menggunakan sistem MLM namun dalam prakteknya tidak sesuai dengan prosedur pemasaran MLM atau sama dengan *money game*, sehingga banyak masyarakat yang terjerumus serta terlanjur bermain didalam permainan MLM berkedok *money game*. Dengan sejumlah uang pendaftaran yang terlanjur dibayarkan, para member MLM *money game* berlomba lomba untuk mencari *downline* sebanyak-banyaknya. Hal ini dilakukan karena untuk mendapatkan penghasilan lebih. Jadi, di dalam permainan *money game* kita tidak harus menjual produk untuk mendapatkan penghasilan namun lebih di fokuskan mencari jaringan *downline* dibawahnya bagaimanapun caranya.

Ekonomi syariah sendiri didalamnya terdapat berbagai bidang, tidak hanya perbankan, namun juga bisnis yang berlandaskan Syariah. Bisnis Syariah ini terbagi lagi kedalamnya berbagai unsur, termasuk di dalamnya penjualan langsung berjenjang (MLM). Untuk mengatur hal-hal yang ditetapkan dalam syariah Islam, maka perusahaan yang menerapkan sistem MLM disebut hendaknya mematuhi aturan pada fatwa Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)⁷ sebagaimana tercantum dalam Fatwa Dewan

⁶<http://www.dakwatuna.com/2009/04/07/2245/hukum-bisnis-mlm-dan-money-game-bagian-pertama/#ixzz3yA8BftE4>, diunduh pada 24/01/2016

⁷ Penulisan PLBS (Penjualan Langsung Berjenjang Syariah) dipersingkat menjadi PLBS pada paragraf berikutnya



Syariah Nasional (DSN) No. 75/DSN MUI/VII/2009 mengenai PLBS. Diantara prinsip prinsip syariah dalam transaksi ekonomi adalah keadilan, transparansi, kehalalan Transaksi dan objek transaksi, dihindarinya transaksi fiktif (*gharar*), *riba*, dan spekulasi (*maysir*).⁸

Dalam keputusannya Dewan Syariah Nasional juga menetapkan ketentuan hukum, yang harus dijalankan oleh PLBS. Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut:

1. Adanya objek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.
2. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
3. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur fiktif/*gharar*, spekulasi/*maysir*, eksploitasi/*darat*, menganiaya/*dzulm*, dan perbuatan dosa/maksiat.
4. Tidak adakenaikan harga atau biaya yang berlebihan, sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/ manfaat yang diperoleh.
5. Komisi yang diberikan perusahaan kepada anggota besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam penjualan langsung berjenjang Syariah (PLBS).
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan atau penjualan barang dan atau jasa.

⁸Tiens Indonesia, Informasi Syariah, edisi 2013





8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota tidak menimbulkan *ighra'* (keranjingan/ menghalalkan segala cara demi terpenuhinya keinginan atau bonus besar).
9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dan anggota berikutnya.
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan Akidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat, dll.
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrut nya tersebut.
12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

Salah satu perusahaan MLM terbesar yaitu Tiens Group Co. Ltd. (Tiens Group), yang didirikan pada tahun 1995 oleh Mr. Li Jinyuan di Tianjin, China, kini merupakan perusahaan konglomerasi multi-nasional dalam berbagai bidang seperti bio-teknologi, pendidikan, bisnis ritel, pariwisata, institusi keuangan, perdagangan internasional serta bisnis elektronik dan sebagainya. Tiens Group mulai merambah pasar internasional di tahun 1997. Kini, dengan cakupan bisnis yang menjangkau lebih dari 190 negara, Tiens Group telah memiliki kantor cabang di lebih dari 110 negara serta membangun aliansi strategis yang kuat dengan berbagai perusahaan terkemuka di penjuru dunia. Melalui rangkaian produk makanan sehat, produk suplemen kesehatan, produk perawatan kulit, serta produk kebutuhan rumah tangga, Tiens Group berhasil tampil sebagai gaya hidup pilihan dalam bidang kesehatan, kecantikan, serta menciptakan kebahagiaan dan kesejahteraan bagi lebih dari 20 juta keluarga di seluruh dunia.⁹

⁹<http://http://www.Tiens.co.id/index.php/profil-perusahaan-1/profil-perusahaan>,

Tiens, sebagai perusahaan penjualan langsung berkomitmen untuk tetap dapat memberikan yang terbaik bagi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, pada tanggal 7 Desember 2012 Tiens telah diberikan rekomendasi untuk mendapatkan Sertifikat Syariah. Hal ini menandakan bahwa Tiens tidak hanya halal dari segi produk, namun juga dari segi bisnis yang diterapkan. Penyerahan sertifikat Syariah Tiens diberikan langsung kepada Presiden of Tiens Group, Mr. Li Jinyuan pada tanggal 14 Januari 2013 dalam acara Konferensi Pers di Auditorium Majelis Ulama Indonesia.¹⁰

Perusahaan-perusahaan *network marketing* di Indonesia memiliki wadah khusus yaitu APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) yang merupakan perwakilan dari WDSA (*World Direct Selling Association*). Agar dapat diterima sebagai anggota APLI, perusahaan harus mempresentasikan marketplan dari bisnisnya dihadapan anggota dewan. Apabila didalam perencanaan bisnisnya terdapat sistem yang tidak baik dan memiliki produk yang tidak bisa dipertanggungjawabkan, maka dewan perwakilan APLI berhak atas penolakan keanggotaan perusahaan yang bersangkutan. Persoalan bisnis MLM yang ditanyakan mengenai status hukum halal-haram maupun status syubhatnya tidak bisa dipukul rata. Tidak dapat ditentukan oleh masuk tidaknya perusahaan itu dalam keanggotaan APLI termasuk oleh klaim sepihak sebagai Perusahaan MLM Syari'ah karena harus ada penjamin syariah dan bukti atau sertifikat syariah atau kehalalannya yang dapat dipertanggungjawabkan seperti dari MUI, melainkan tergantung sejauh mana dalam praktek manajemen, sistem marketing, kegiatan operasionalnya serta barang/jasa yang dijualnya setelah melalui kajian dan penelitian sesuai syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui informasi lebih dalam praktek MLM syariah yang digali melalui para agen/ mitra usaha dari

Tiens Indonesia, posted 08 Januari 2014, diunduh 20 maret 2016 pukul 22.30

¹⁰Tiens Indonesia, Informasi Syariah, edisi 2013



perusahaan Tiens. Sehingga akan diketahui sejauh mana para distributor Tiens di Kota Cirebon dalam menjalankan bisnis MLM yang sesuai dengan Fatwa DSN MUI terkait PLBS. Maka dari itu penulis mencoba untuk meneliti lebih dalam implementasi dari *marketingplan* MLM Syariah pada perusahaan Tiens dan mengajukan proposal skripsi yang berjudul “**Analisis SOP (Standard Operating Procedure) Marketingplan dan Implementasinya Pada Perusahaan Multi Level Marketing Syariah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam (Studi Kasus Distributor Tiens Kota Cirebon)**”

B. Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Pada latar belakang di atas, penulis menemukan indikasi masalah yang menjadi objek kajian dari penelitian ini yaitu, ada sebuah Perusahaan Multi Nasional yang berasal dari negeri China bernama Tiens bergerak dalam bidang obat-obatan herbal dan sistem pemasarannya menggunakan strategi MLM yang sekarang sedang marak di Kota Cirebon.

Setelah penulis mencari informasi tentang perusahaan tersebut, ternyata produk dan sistem pemasarannya sudah bersertifikat syariah dan berlandaskan pada Fatwa dari DSN MUI. Hal ini merupakan informasi baru mengenai dunia MLM dimana sebagian masyarakat menganggap bahwa setiap MLM itu sama. Namun menurut penulis walaupun sudah dikatakan berlabel MLM syariah implementasi dari *marketingplan* nya masih belum diketahui secara jelas. Sehingga penulis berusaha untuk menggali lebih dalam tentang informasi didalamnya kemudian mendeskripsikan secara detail dalam penelitian ini. sehingga informasi yang didapat bisa dijadikan bahan referensi serta informasi terbaru tentang MLM syariah khususnya pada Distributor MLM Tiens yang berada di Kota Cirebon.

a. Wilayah Kajian

Kajian dalam penelitian ini adalah “Fikih muamalah/hukum ekonomi syariah” yang didalamnya berkaitan mengenai hukum



muamalah di dalam transaksi bisnis Multi Level Marketing di Kota Cirebon.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah menggunakan pendekatan empirik *field research* (penelitian lapangan) yang dilakukan di stokis Tiens, Gedung OP (*Oportunity Preview*) serta tempat kegiatan para Distributor Tiens Kota Cirebon.

c. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian yang diangkat adalah sejauh mana penerapan prinsip Muamalah yang dijelaskan dalam Fatwa DSN MUI tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada bisnis MLM syariah di perusahaan Tiens khususnya di Kota Cirebon.

2. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya permasalahan dalam penelitian ini, penulis membatasinya seputar penerapan ketentuan Fatwa DSN MUI Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) yang dijalankan oleh distributor Tiens Kota Cirebon.

3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka diperoleh rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Perspektif Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah?
- b. Bagaimana implementasi SOP *Marketing Plan* Tiens pada distributor Kota Cirebon?
- c. Apakah SOP *Marketing Plan* yang di laksanakan distributor Tiens Kota Cirebon sudah sesuai dengan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah?





C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti tulis diatas adalah bertujuan untuk mengetahui:

- a. Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah yang terkandung dalam Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).
- b. Implementasi SOP *Marketplan* distributor Tiens di Kota Cirebon.
- c. Implementasi SOP *Marketing Plan* perusahaan Tiens dilihat dari Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah

D. Manfaat Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi para pembaca yaitu:

- a. Peneliti
Menambah wawasan serta informasi bagi para peneliti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan Multi Level Marketing yang berbasis Syariah.
- b. Akademik
 - 1) Memberikan informasi mengenai Fatwa DSN MUI tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).
 - 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta gambaran bahwa bisnis MLM memiliki keunggulan dari bisnis konvensional selama dalam pelaksanaannya tidak melanggar norma dan prinsip muamalah.

E. Penelitian Terdahulu

Setelah penulis melakukan penelusuran dan observasi, penulis tidak menemukan judul yang serupa dengan judul “**Analisis SOP (Standard Operating Procedure) Marketing Plan dan Implementasinya Pada Perusahaan Multi Level Marketing Syariah Perspektif Hukum Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Distributor Tiens Kota Cirebon)**” yang penulis angkat sebagai judul



skripsi. Namun terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berupa skripsi dan jurnal yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu :

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Amaliah Istiqomah-2012. Pengaruh JiwaKewirausahaan Terhadap Pengembangan Karir Distributor Multi Level Marketing (Studi Pada Distributor Mlm Oriflame Member Grup Sevenblast Malang) ¹¹	Objek kajian tentang MLM	Skripsi ini menggunakan metode kuantitatif Skripsi penulis menggunakan metode kualitatif	Disimpulkan skripsi ini berbeda denga skripsi penulis dilihat dari perbedaan dalam metodenya
2	Nur Ajizah – 2015 Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada PT. Duta Network Indonesia (Studi Kasus Team Ninja Bangkit Tulungagung) ¹²	Masalah yang diangkat tentang bisnis MLM dilihat dari prinsip hukum syariah Menggunakan metode kualitatif	Objek perusahaan berbeda Lokasi penelitian berbeda	Disimpulkan bahwa skripsi ini tidak sama dengan skripsi penulis, dilihat dari objek serta tempat penelitian.
3	Naila Vellayati- 2013 Strategi Perekrutan Prospek di Multi Level Marketing Tiens Kota Medan. ¹³	Objek perusahaan MLM yaitu Tiens Metode Kualitatif	Masalah yang diangkat berbeda Tempat penelitian berbeda	Disimpulkan bahwa penelitian penulis dengan skripsi ini berbeda, dilihat dari perbedaan masalah yang dikaji dan tempat penelitian.
4	Maretha Primastuti –	Tentang	Objek kajian	Disimpulkan bahwa

¹¹ Amalia Istiqomah, *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Karir Distributor Multi Level Marketing (Studi Pada Distributor MLM Oriflame Member Grup Sevenblast Malang)*. (Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, 2012), Abstrak.

¹² Nur Ajizah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada PT. Duta Network Indonesia (Studi Kasus Team Ninja Bangkit Tulungagung)*, (Skripsi, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, IAIN Tulungagung, 2015), Abstrak.

¹³ Naila Vellayati, *Strategi Perekrutan Prospek di Multi Level Marketing Tiens Kota Medan* (skripsi, Departemen ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, 2013), Abstrak.



	2015 Implementasi <i>Standar Operating Procedures</i> (SOP) Berkaitan Dengan Pengembangan Koleksi Buku di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada ¹⁴	penerapan SOP di suatu organisasi Metode kualitatif	berbeda Tempat penelitian Masalah yang kaji berbeda	penelitian penulis dengan skripsi ini tidaklah sama, dilihat dari perbedaan yang signifikan antara kedua skripsi
5	Anis Tyas Kuncoro-2009 Konsep Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> Dalam Perspektif Ekonomi Syariah ¹⁵	Objek yang dikaji sama yaitu tentang MLM menurut perspektif syariah Metode kualitatif	Skripsi ini fokus kajiannya lebih kepada MLM pada umumnya Tempat penelitian berbeda	Disimpulkan penelitian ini berbeda dengan penelitian penulis dilihat dari fokus kajian dan tempat penelitiannya.

Berdasarkan tabel penelitian diatas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian penulis. Berikut penjelasannya:

- a. Amaliah Istiqomah - 2012. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Karir Distributor Multi Level Marketing (Studi Pada Distributor Mlm Oriflame Member Grup Sevenblast Malang). Penelitian ini memiliki kesamaan dalam objek penelitian yaitu meneliti tentang Multi Level Marketing namun dalam skripsi ini penelitiannya berfokus pada pengembangan enterpreneurship pada karir distributor MLM, sedangkan skripsi penulis berfokus pada prinsip-prinsip muamalah yang diterapkan dalam sistem MLM sehingga disimpulkan bahwa skripsi ini tidaklah sama dengan skripsi penulis karena memiliki perbedaan dalam objek kajian dalam penelitiannya.
- b. Nur Ajizah – 2015. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada PT. Duta Network Indonesia (Studi Kasus

¹⁴ Maretha Primastuti, Implementasi *Standar Operating Procedures* (SOP) Berkaitan Dengan Pengembangan Koleksi Buku di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada, (skripsi, jurusan Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Budaya, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015), Abstrak.

¹⁵ Anis tyas Kuncoro, (Jurnal, Konsep Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah, Dosen Fakultas Agama Islam UNISSULA, 2009), Abstrak.

Team Ninja Bangkit Tulungagung). Pada skripsi penulis dan skripsi Saudari Nur Ajizah sama-sama meneliti tentang kajian hukum muamalah dalam praktek bisnis MLM yang dilihat dari pandangan hukum islam. Namun pada skripsi penulis, objek kajiannya adalah pada perusahaan Tiens sedangkan skripsi ini pada perusahaan Duta Network. Sehingga dapat disimpulkan bahwa skripsi ini tidak sama dengan skripsi penulis, karena meskipun memiliki objek penelitian yang sama namun pada perusahaan MLM yang berbeda.

- c. Naila Vellayati - 2013. Strategi Perekrutan Prospek di Multi Level Marketing Tiens Kota Medan. Dalam skripsi penulis dengan skripsi ini memiliki kesamaan dalam objek kajiannya yaitu pada Perusahaan Tiens namun dalam distributor yang berbeda. Namun didalam skripsi ini masalah yang diangkat dan yang menjadi fokus kajian penelitian siatas adalah strategi *Prospecting* serta kendala yang dihadapi dalam proses perekrutan. Sedangkan skripsi penulis lebih berfokus pada masalah penerapan hukum muamalah dalam strategi *Multi Level Marketing*.
- d. Maretha Primastuti – 2015. Implementasi *Standar Operating Procedures* (SOP) Berkaitan Dengan Pengembangan Koleksi Buku di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. Persamaan dalam Penelitian ini adalah meneliti tentang implementasi SOP dengan metode deskripsi kualitatif melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Namun Perbedaannya terletak pada tempat, penelitian, dan objek kajian. yaitu dalam skripsi ini berfokus pada implementasi SOP pengembangan perpustakaan, namun skripsi penulis berfokus pada implementasi SOP MLM Syariah. Sehingga disimpulkan bahwa penelitian penulis dengan skripsi ini tidaklah sama, walaupun membahas mengenai implementasi SOP, namun objek penelitiannya berbeda.
- e. Anis Tyas Kuncoro - 2009. Konsep Bisnis *Multi Level Marketing* Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. Dalam skripsi ini memiliki kesamaan dalam wilayah kajian penelitian, yaitu membahas konsep bisnis Multi Level



Marketing menurut perspektif ekonomi syariah. Namun Perbedaannya adalah dalam jurnal ini membahas konsep bisnis MLM perspektif ekonomi syariah yang masih bersifat universal atau umum dan belum terfokus pada salah satu konsep Bisnis MLM di suatu Perusahaan. Sedangkan kajian skripsi penulis mengangkat konsep MLM dari perusahaan Tiens. Sehingga disimpulkan bahwa walaupun memiliki kesamaan dalam wilayah kajian penelitian, namun skripsi ini lebih menjelaskan MLM perspektif ekonomi syariah secara keseluruhan. Berbeda dengan skripsi penulis yang mengangkat konsep MLM perspektif ekonomi syariah dari perusahaan Tiens.

F. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini tentang MLM yang berbasis syariah dimana dalam praktek bisnisnya berlandaskan pada prinsip-prinsip ekonomi islam namun belum diketahui apakah implementasinya sudah memenuhi prinsip syariah.

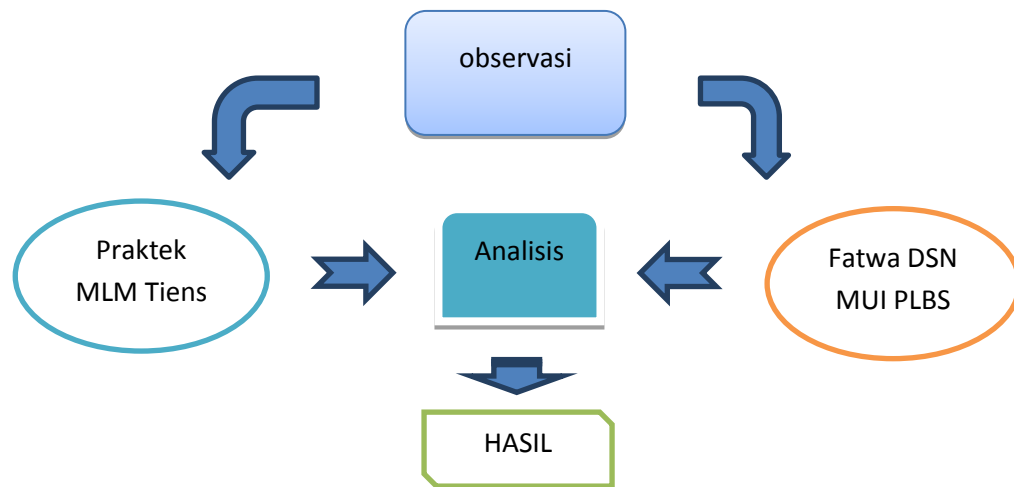
MLM merupakan model pemasaran dimana tenaga penjual (*sales*) tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tetapi juga atas hasil penjualan sales lain yang mereka rekrut atau dikenal sebagai *downline*. Model pemasaran seperti ini memiliki kelebihan yaitu dalam memperkenalkan produknya, perusahaan tidak harus melewati tahapan-tahapan promosi seperti iklan, sponsor, dan biaya-biaya distribusi lainnya yang biasa dilakukan pemasaran konvensional. Namun didalam MLM perusahaan cukup mengandalkan para distributor-distributor perusahaan dalam mempromosikan produk-produknya, sehingga beban biaya perusahaan dalam promosi di berikan kepada para distributor yang aktif dalam penjualan produk perusahaan.

Ekonomi syariah sendiri didalamnya terdapat berbagai bidang, tidak hanya perbankan, namun juga bisnis yang berlandaskan Syariah. Begitupun dalam bisnis MLM, didalam bisnis apapun pada dasarnya harus mengacu pada prinsip-prinsip ekonomi syariah yaitu keadilan, transparansi, kehalalan



Transaksi dan objek transaksi, dihindarinya transaksi fiktif (*gharar*), *riba*, dan spekulasi (*maysir*).

Untuk memberikan penjelasan alur dari kerangka pemikiran, berikut gambaran dari kerangka berpikir:



1.1 Diagram Kerangka Pemikiran

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis mencoba untuk mengangkat sebuah fenomena dalam strategi multi level marketing yang berbasis syariah, dimana dalam perusahaan Tiens dikatakan strategi merketingnya sudah berstandar syariah/ sesuai dengan prinsip ekonomi islam. Hal ini dibuktikan dengan adanya sertifikat halal yang diterbitkan pada 1 Januari Tahun 2013 oleh DSN MUI terkait MLM yang berstandar syariah. Dengan melakukan observasi dan wawancara langsung, Karena itu penulis mencoba meneliti sejauh mana praktek MLM syariah ini, apakah penerapannya sudah sesuai dengan kaidah ekonomi islam ataukah masih dalam proses menuju praktek syariah. Dengan begitu, melalui penelitian ini penulis harap bisa mendapatkan hasil yang maksimal sehingga penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk para peneliti di masa yang akan datang.



G. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah satu tata urutan dan tahapan dilakukannya penelitian. Di mana dalam metode penelitian dilengkapi dengan bagan penelitian yang menggambarkan penahapan yang jelas, mulai dari mana, bagaimana luarannya, dan indikator capaian yang terukur.¹⁶

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam karya ilmiah ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Yang dimaksud penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.¹⁷

Sedangkan menurut pendapat Bogdan dan Guba penelitian kualitatif yaitu prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.¹⁸

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dituju pada penelitian ini adalah Stokis Tiens Kota Cirebon, tempat pertemuan para anggota member Tiens, dan Gedung OP (*Opportunity Preview*). Stokis Tiens Berada di Jalan Dr. Cipto Mangunkusumo dan di Jl. Rajawali Perumnas Cirebon. Tempat pertemuan anggota member Tiens berada di KFC Jl. Kartini Cirebon. Dan lokasi Gedung OP berada di Gedung serbaguna lantai 3 disamping KFC Jl. Kartini Kota Cirebon.

2. Pendekatan Penelitian

Dilihat dari jenis data yang disajikan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang

¹⁶ Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, *Panduan Penelitian 2015 UIN Sunan Ampel Surabaya* (Maret 2015) hlm. 28

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, (2007) hlm. 6

¹⁸ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012) hlm. 181



bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.¹⁹ Sedangkan menurut pendapat Bogdan dan Guba penelitian kualitatif Yaitu prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.²⁰

3. Jenis Penelitian

Jenis pendekatan penelitian dalam skripsi ini adalah kualitatif fenomenologi. Penelitian fenomenologis melihat secara dekat interpretasi individual tentang pengalaman-pengalamannya. Penelitian fenomenologis berusaha memahami makna dari sebuah pengalaman dari perspektif partisipan.²¹

Fenomenologi berupaya untuk memahami makna yang sesungguhnya atas suatu pengalaman dan menekankan pada kesadaran yang disengaja atas pengalaman mengandung penampilan keluar dan kesadaran di dalam, yang berbasis pada ingatan, gambaran, dan makna.²²

4. Data dan Sumber data

a) Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Data bisa berujud suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol-simbol lainnya yang bisa kita gunakan sebagai

¹⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 6

²⁰ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012) hlm. 181

²¹ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm 22.

²² Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm 71.



bahan untuk melihat lingkungan, obyek, kejadian ataupun suatu konsep.²³

1) Data Primer

Data primer adalah berbagai macam informasi dan keterangan yang didapat langsung dari sumbernya, yaitu para pihak yang dijadikan sebagai informan penelitian. Data primer ini meliputi hasil wawancara MLM syariah yang dilakukan oleh anggota distributor Tiens di Kota Cirebon.

2) Data Sekunder

Data Sekunder adalah berbagai teori dan informasi yang didapatkan tidak langsung dari sumbernya, seperti buku-buku tentang Standar Operasional Prosedur, *Multi Level Marketing*, fatwa DSN MUI tentang PLBS, buku SOP perusahaan, buku profil Perusahaan, Kaset/CD, Brosur, dan jurnal ilmiah.

b) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuisisioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.²⁴

Jenis data yang dalam penelitian kualitatif dapat di rumuskan sebagai berikut:

1) Narasumber (informan)

Pada penelitian kualitatif narasumber sangat penting, bukan hanya memberi respon, melainkan juga sebagai pemilik informasi. Informan adalah orang yang memberikan informasi, sumber

²³<http://kuliah.dinus.ac.id/edi-nur/sb1-7.html>, diunduh pada Kamis, 19 Mei 2016 pukul 10:18.

²⁴Achmad Suhaidi, <https://achmadsuhaidi.wordpress.com/2014/02/26/pengertian-sumber-data-jenis-jenis-data-dan-metode-pengumpulan-data/>, diunduh pada hari Kamis, 19 Mei 2016 pukul 10:38.



informasi, sumber data atau disebut juga subyek yang diteliti. Karena ia juga aktor atau pelaku yang ikut melakukan berhasil tidaknya penelitian berdasarkan informasi yang diberikan.

2) Tempat Atau Lokasi

Tempat atau lokasi yang berkaitan dengan sasaran atau permasalahan penelitian juga merupakan salah satu jenis sumber data. Informasi tentang kondisi dari lokasi peristiwa atau aktivitas dilakukan bisa digali lewat sumber lokasi peristiwa atau aktivitas yang dilakukan bias digali lewat sumber lokasinya, baik yang merupakan tempat maupun tempat maupun lingkungannya.

3) Dokumen atau Arsip

Dokumen merupakan bahan tertulis atau benda yang berkaitan serta mendukung penelitian seperti buku profil perusahaan, brosur, kaset seminar, dll.

c) Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Wawancara sebagai salah satu upaya untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada narasumber atau informan. Adapun wawancara yang dilakukan adalah wawancara yang tidak terstruktur, dimana dengan menggunakan metode ini percakapan berlangsung luwes, lebih terbuka, tetap fokus, sehingga dapat diperoleh informasi yang akurat, sesuai dengan kebutuhan penelitian dan bertujuan serta mendalam, baik dalam situasi maupun dalam beberapa tahapan pengumpulan data.²⁵ Adapun narasumber/informan dalam penelitian ini adalah:

- (1) Leader Tiens Kota Cirebon
- (2) Member Tiens Kota Cirebon
- (3) Konsumen Tiens Kota Cirebon

²⁵ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012) hlm. 213



(4) Member Tiens non aktif

2) Observasi Langsung

Observasi langsung adalah cara pengumpulan data dengan caramelakukan pencatatan secaracermat dansistematik. Observasi harus dilakukan secara teliti dan sistematis untuk mendapatkan hasil yang bisa diandalkan, dan peneliti harus mempunyai latarbelakang atau pengetahuan yang lebih luas tentang objek penelitian mempunyai dasar teori dan sikap objektif.²⁶

Penulis melakukan observasi dengan cara melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku atau kegiatan para anggota MLM dengan cara ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh para Leader Tiens di Kota Cirebon. Penulis juga mengamati setiap dokumen-dokumen yang diperlukan yang berhubungan dengan MLM berupa buku-buku MLM, kaset, video, dll.

3) Dokumentasi

Teknik ini merupakan pendekatan yang membantu interpretasi, elaborasi, atau menguatkan data, yang dihasilkan dari observasi, wawancara mendalam, dokumen, dan artefak. Contoh dari teknik tambahan meliputi teknik visual, etnografi film, dan penggunaan video, film, dan fotografi, untuk merekam kehidupan sehari-hari dibawah studi. Teknik tambahan ini dapat melengkapi dan atau memperluas informasi yang telah diperoleh dengan menggunakan observasi dan wawancara.²⁷

d) Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan

²⁶ Uhar Suharasaputra, *Metode Penelitian*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), hlm. 56

²⁷ Uhar Suhasaputra, *Metode Penelitan Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012) hlm. 216



sistematis sehingga lebih mudah diolah. Berdasarkan teknik pengumpulan data yang digunakan, maka instrumen penelitian ini menggunakan panduan wawancara dan dokumentasi.²⁸

e) Uji Validitas Data

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Adapun triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.²⁹

Triangulasi dengan sumber yang dilaksanakan pada penelitian ini yaitu membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

f) Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan lebih banyak uraian dari hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Setelah data telah diperoleh, penulis akan menganalisis secara kualitatif dan disajikan dalam bentuk deskriptif. Teknik analisis data terbagi menjadi tiga yaitu:

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Yaitu proses mengolah data dari lapangan dengan memilah dan memilih, dan menyederhanakan data dengan merangkum yang penting-penting sesuai dengan fokus masalah penelitian.

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 136

²⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ... hlm. 330



2) Menyajikan Data (*Display Data*)

Display data digunakan untuk lebih menyistematiskan data yang telah direduksi sehingga terlihat data yang lebih utuh. Dalam display data, laporan yang sudah direduksi dilihat kembali gambaran secara keseluruhan, dan lebih mendalami masalahnya.

3) Menarik kesimpulan dan verifikasi (*Concluding drawing and verification*)

Teknik ini dilakukan sejak awal terhadap data yang diperoleh, namun kesimpulannya masih bersifat sementara (tentatif), diragukan tetapi semakin bertambahnya data maka kesimpulan itu lebih “*grounded*” (berbasis data lapangan) seiring dengan diperoleh data yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan. Kesimpulan juga harus diverifikasi selama penelitian masih berlangsung.³⁰

³⁰ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012) hlm. 219





DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Agustino, 2002, *Prospek MLM Syari'ah di Indonesia*, Republika, (Jakarta : 15 Februari).
- Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Budihardjo, 2014, *Panduan praktis menyusun SOP Standard Operating Procedure*", (Jakarta : Raih Asa Sukses).
- Cloither, Peter J., 1994, *Meraup Uang dengan Multilevel Marketing : Pedoman Praktis Menuju Networking Selling yang Sukses*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama).
- Emzir, 2012, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Gunawan, Imam, 2015, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara)
- Moleong, Lexy J., 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)
- Suharsaputra, Uhar, 2012, *Metode Penelitan Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: PT. Refika Aditama).
- Suharsaputra, Uhar, 2012, *Metode Penelitan Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: PT. Refika Aditama).
- Suharsaputra, Uhar, 2012, *Metode Penelitan Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: PT. Refika Aditama).
- Tiens Indonesia, Informasi Syariah, edisi 2013

B. SKRIPSI / JURNAL

- Istiqomah, Amalia, 2012, *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Pengembangan Karir Distributor Multi Level Marketing (Studi Pada Distributor MLM Oriflame Member Grup Sevenblast Malang)*. (Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang).

Ajizah, Nur, 2015, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Bisnis Multi Level Marketing (MLM) pada PT. Duta Network Indonesia (Studi Kasus Team Ninja Bangkit Tulungagung), (Skripsi, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, IAIN Tulungagung).

Vellayati, Naila, 2013, Strategi Perekrutan Prospek di Multi Level Marketing Tiens Kota Medan (skripsi, Departemen ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara,), Abstrak.

Primastuti, Maretha, 2015, Implementasi *Standar Operating Procedures* (SOP) Berkaitan Dengan Pengembangan Koleksi Buku di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada, (skripsi, jurusan Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Budaya , Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga).

Kuncoro, Anis Tyas, 2009, (Jurnal, Konsep Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah, Dosen Fakultas Agama Islam UNISSULA,)

C. WEBSITE

<http://www.dakwatuna.com/2009/04/07/2245/hukum-bisnis-mlm-dan-money-game-bagian-pertama/#ixzz3yA8BftE4>, diunduh pada 24/01/2016

<http://http://www.Tiens.co.id/index.php/profil-perusahaan-1/profil-perusahaan>, Tiens Indonesia, posted 08 januari 2014, diunduh 20 maret 2016 pukul 22.30

<http://kuliah.dinus.ac.id/edi-nur/sb1-7.html>, diunduh pada kamis, 19 mei 2016 pukul 10:18

Suhaidi,Achmad,<https://achmadsuhaidi.wordpress.com/2014/02/26/pengertian-sumber-data-jenis-jenis-data-dan-metode-pengumpulan-data/>, diunduh pada hari kamis, 19 mei 2016 pukul: 10.38.

